

凱絡媒體週報

Carat Media Weekly Newsletter

No.965

目錄 Index

2018/10/08-2018/10/14

市場訊息

8月薪資增幅 連九個月逾2%

媒體市場訊息

微信out了？大陸95後捨微信轉投QQ

媒體專題

迎戰剪線潮，歐美電視產業觀察

IMC活動快訊

2019 渣打臺北公益馬拉松

新節目介紹

頻道新節目介紹

電視觀察窗

TOP20電視節目排行榜

8月薪資增幅 連九個月逾2%

行政院主計總處發佈8月薪資調查，受景氣復甦影響，8月「經常性薪資」年增率2.95%，連九個月超過2%，也創下近103個月新高，顯示廠商今年加薪較積極。惟經物價平減後，1-8月的「實質經常性薪資」依舊倒退17年。主計總處每月調查1萬家樣本廠商，以了解受僱者敘薪、進退及加班的情況，根據樣本廠商的回答，8月有調薪的廠商家數比7月少，但比去年同月多，加薪情況大概維持今年以來的趨勢。若依各業觀察，今年1~8月經常性薪資成長率以不動產業、零售業最高，分別為5.92%、5.61%。
[工商時報2018/10/12]

近期經常性薪資(月薪)變化

	金額(元)	年增率(%)		金額(元)	年增率(%)
106年8月	40,058	1.88	107年3月	40,775	2.50
9月	40,116	2.51	4月	40,726	2.26
10月	40,197	2.12	5月	40,897	2.54
11月	40,219	1.91	6月	40,824	2.40
12月	40,557	2.08	7月	40,952	2.69
107年1月	40,774	2.76	8月	41,241	2.95
2月	40,451	2.77			

註：上表薪資係各業受僱者所領月薪的平均數
資料來源：主計總處 製表：于國欽

1到9月主要稅收一覽表

稅目	總稅收	年增減金額	年增幅(%)	稅目	總稅收	年增減金額	年增幅(%)
營所稅	4,368	+165	3.9	關稅	873	+30	3.6
綜所稅	4,430	+168	3.9	土增稅	684	-14	-2.1
營業稅	3,413	+267	8.5	菸酒稅	522	+162	45.0
貨物稅	1,340	+6	0.5	房屋稅	777	+17	2.3
證交稅	791	+151	23.6	使用牌照稅	631	+7	1.1

資料來源：財政部統計處 單位：億元 製表：林昱均

前9月稅收1.85兆創新高

財政部公佈年9月賦稅收入，累計1至9月總稅收達1兆8,581億元，較去年同期增加747億元，創歷史同期新高，年增4.2%，佔全年預算數80.9%。今年以營業稅增加267億元最多，主因是景氣回溫帶動消費。據最新稅收統計顯示，9月稅收為2,439億元，較去年9月減少366億元，年減13.0%。9月稅賦收入以營利事業所得稅衰退324億元最多，主因營所稅暫繳期限適逢例假日而延至10月1日，導致部分稅款延後入帳。不過，前9月營所稅仍較去年同期增加165億元，企業獲利增長也挹注不少稅收。[工商時報2018/10/12]

忠孝商圈店面空置率衝7.8%

東區店面空置率再拉高，觀察忠孝商圈、站前商圈、中山南京商圈、西門商圈等，戴德梁行第三季報告指出，忠孝商圈空置率明顯拉高到7.8%，主要是因服飾品牌持續撤點所致，但若將短期承租的特賣會視為空置，整體空置率更攀升至11.2%。雖然忠孝商圈有品牌撤點，但也有如洛杉磯選品名店Fred Segal於本季進駐忠孝商圈試營運，10月中將正式開幕，但在信義及西門兩大商圈吸磁，致忠孝商圈人流減少，多數空置店面租金開價相較於二年前下修15%至20%。[經濟日報2018/10/09]

行動支付老少咸宜 90歲15歲統統愛用

台北富邦銀行表示，大數據分析發現，國內四大超商接受行動支付後，「便利商店及超市、30%」已成為用戶最常使用行動支付的實體場域，其次依序為一般購物、3%，餐飲、19%，百貨與購物中心、14%，與交通運輸、13%。北富銀表示，行動支付使用者年齡層以26到45歲最多、佔整體使用者的73%，最年輕的使用者僅15歲，50歲以上使用族群也有13%。不過，「使用行動支付年齡最高有90歲」到令人印象深刻，顯示行動支付不僅只有年輕人偏好。若分析單筆交易金額最高消費場域，「高鐵」因為票價貴、以單筆交易金額近千元拔頭籌。若以總交易筆數來看，卡友在便利商店使用行動支付佔比最高有3成，平均每在便利商店至少使用一次。另外，「有加載」行動支付的卡友平均每月消費金額及筆數，都是未加載行動支付卡友的兩倍。[聯合報2018/10/12]

中國社群平台 短片當道

部份中國社群媒體平台在2016年興起網路直播熱潮，盛況空前絕後，除了許多千禧世代直播主搖身一變為百萬富翁，YY語音、虎牙直播、Momo和影片彈出視窗網站Bilibili等業者也賺飽

飽。抖音(Tik Tok)就是這個趨勢下的產物，目前是中國最受歡迎的短影片應用程式(App)，每個月逾3億名活躍用戶，6月平均每日活躍用戶達1.5億人，等於10%的中國民眾都在用抖音。在國外，抖音6月全球活躍用戶達到5億名，遍及150多國。IG在2016年推出限時動態功能，今年第二季增加4億名每日活躍用戶。與此同時，通訊軟體Snapchat公佈第二季每日活躍用戶人數1.88億人，但未公佈每月活躍用戶數據。此外，騰訊正支持直播平台快手加入戰局，擁有3.34億每月活躍用戶和1.3億每日活躍用戶。[經濟日報2018/10/13]



行動支付熱點數大戰開打

台灣行動支付點數生態圈悄悄成形，且已經出現各佔一方天下，第四季各銀行持續加入點數生態圈市場，LINE Pay第四季與滙豐銀、中信銀等銀行合作，推出刷卡還送LINE Point點數回饋，玉山銀則將衝刺玉山Pi拍錢包信用卡，打造P幣點數圈。兩個點數生態圈，1點都等於1元。樂天信用卡則有樂天超級點數生態圈，不限通路，一般消費都有0.5%點數回饋，在樂天市場消費還可以再獲得1%點數回饋，在樂天市場購物使用樂天點數，1點同樣等於1元。[經濟日報2018/10/15]



微信out了？大陸95後捨微信轉投QQ



陸媒報導，出生於1995至2000年的中國大陸網路世代，主要使用的社群App是QQ，其次才是微信。「企鵝智酷」大數據則顯示，95後用戶最愛使用QQ，偏好QQ空間、貼吧等社群產品。報導引述學者指出，95後的年輕世代崇尚多功能與「風格化」，以藉此展示網路形象，QQ具備了這些特色設計，包括個性化的字體、對話方塊、等級展示、虛擬形象、送禮物以及簽到等功能。學者也提到，微信用戶有親戚、師長、上司等，個人在平台上行為易於曝光，QQ用戶則無此顧慮。[中央社2018/10/05]

臉書加入智慧音箱戰局

臉書推出自有智慧音箱，擁有特別為臉書即時通設計的視訊通話功能，意在進軍由亞馬遜和字母子公司Google稱霸的智慧音箱市場，但這款產品的高售價和有限的功能將是最大挑戰。路透報導，臉書推出的智慧音箱有兩種款式，包括基本款的「Portal」，售價199美元，以及售價349美元的高階版「Portal+」。這兩種款式分別採用10吋和15.6吋螢幕，最大特色是廣角鏡頭，能幫房間內走動的使用者自動對焦。對臉書來說，這款裝置除了有助阻止用戶湧向其他廠牌的智慧音箱和聊天及影片應用程式(App)外，還能營造一個全新、完全由臉書掌握的銷售廣告環境。[經濟日報2018/10/10]



IBM AI互動式廣告 樂高採用

IBM日前宣佈旗下最新的AI人工智慧互動式廣告獲得玩具製造商樂高(LEGO Systems)採用，消費者可藉由與LEGO廣告對話，回答幾個問題後，將能被引導到最適合他們的樂高產品。這些廣告將在即將來臨的假日季節中投放，屆時大多數玩具零售商的年度銷售活動都會參與其中。據了解，此最新的人工智慧廣告解決方案為過去Watson Ads的擴充版本，可提供大規模的超個性化以及可操作的洞察，能部署於任何數位網站上。根據35種不同樂高產品的知識進行培訓，Watson Ads Omni讓樂高能夠針對消費者的特定問題、興趣、需求制定獨特、個性化的回應，讓品牌能隨時隨地與消費者進行有意義的一對一對話。[工商時報2018/10/15]

媒體專題 Media Report

迎戰剪線潮，歐美電視產業觀察

前言

- 數位匯流(Digital Convergence)指的是傳統媒體的數位化，這波浪潮早已席捲各媒體，其中又以平面媒體與音樂產業首當其衝；而隨著行動網路、頻寬效能不斷升級，串流影音崛起，傳統電視產業也面臨挑戰。
- 電視向來是觸及率最廣、影響力最高的媒體，在台灣更是如此，隨著未來全面數位化及分級付費的進程，震盪與改變是必然，電視業者是否能與時俱進？本篇專題將觀察國外電視業者面對數位化衝擊的轉型策略，藉此想像台灣電視台的未來發展。
- 過往電視透過無線電波、衛星或有線電視單向地傳遞內容到家用戶，當電視數位化，內容透過網路跨載具遞送，隨選(VOD)的觀看模式興起，內容供應方也能和觀眾進行雙向互動。



傳統電視

- 電視台自製
- 製作外包
- 以職業生產內容(OGC)為主

內容製作

- 電視台自製
- 各式製播公司興起，包括職業生產內容、專業生產內容(PGC)、用戶生成內容(UGC)...等

- 掌握播出管道，電視台主導性強
- 排播為主

播送方式

- 用戶可以選擇播出的內容提供商，電視台主導權減弱
- 除了排播，VOD隨選模式興起

- 透過系統台或衛星訊號送到家用戶

傳遞管道

- 只要有網路，各種載具都可播送

- 用戶收市場景以闔家觀賞為主

用戶族群

- 行動化、個人化的收視場景比率大增



數位影音媒體



加碼投資原創內容，串流影音重寫產業規則

- 與其他媒體的數位化變革類似，電視媒體目前最大競爭對手並非傳統業者，而是從網路串流技術切入影音內容營運的科技業者，包含Netflix、Amazon Prime Video、愛奇藝等跨國OTT業者，也有專注經營台灣市場的KKTV、LineTV等，美國零售巨頭Walmart都宣佈進軍影音串流服務市場，Apple也不斷提高對原創內容的投資，傳出將推出自家OTT服務。
- 這些數位時代的新玩家，不僅技術上走在前面，也創造了新的內容製作與經營模式，如數據驅動的內容、付費訂閱制度等，改寫產業規則的同時，更改變了觀眾收視習慣。對傳統電視業者來說，不管來自用戶抑或是廣告的營收都受到影響；最明顯的是美國自2013年以來不斷擴大的剪線潮(the cord-cutting movement)，民眾退租有線電視或衛星電視付費頻道套餐，轉向OTT服務，這樣的情況也逐漸蔓延到全球各個市場。

美國剪線潮擴大，電視不再是收看影音首選

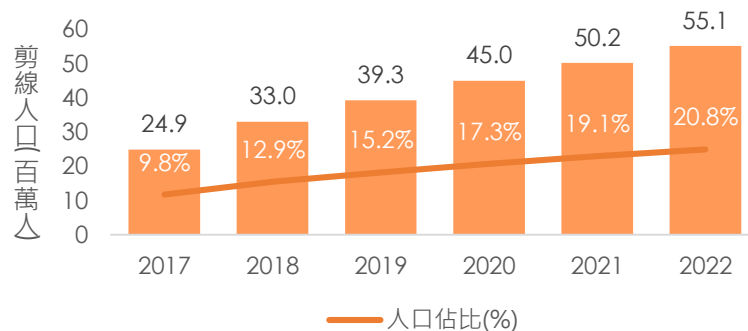
- 美國2018年預計有超過3,300萬用戶(約32.8%)的用戶取消有線電視或衛星的訂閱，雖然使用付費電視服務的用戶仍有約1.8億，但較2017年衰退3.8%。

eMarketer也預估，美國串流頻道觀眾2018年將成長2.7%。剪線潮的主要人口是X、Y世代，超過半數在過去12個月考慮取消傳統電視服務；嬰兒潮世代與更年長的族群考慮剪線的佔比都少於四成。

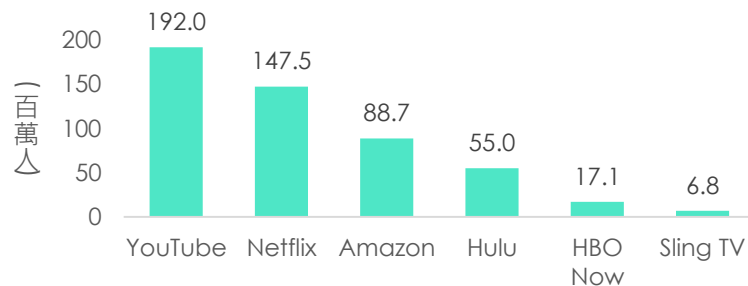
- 但另一份Hub Entertainment Research的調查發現，在各年齡層、包括年長族群中，將傳統電視當成收看影音內容首選的佔比都下滑。被問及「當你想看電視時，第一個打開的是什麼？」回答傳統付費電視服務的觀眾佔39%，較前一年減少八個百分點；48%消費者選擇隨選影音服務。

- 55歲以上的美國觀眾中，仍有56%首先想到電視，但較去年的三分之二明顯下滑。在18-34歲觀眾中，26%會將傳統電視作為首選，而一年前還有35%。Hub Entertainment Research自2013年開始做此調查，這是首次看到年長族群將電視當作收視首選的佔比劇烈減少的情況。

美國剪線潮(2017-2022)



美國OTT服務使用人數(2018)





英國串流影音訂戶數，首次超過付費電視

- Netflix、Amazon等自美國起家、面向全球的OTT業者也正衝擊英國聲名赫赫的老牌電視業者。英國傳播管理局(Ofcom)最新的[報告](#)發現，英國前三大串流影音服務(Netflix、Amazon Prime、Sky電視台推出的NOW TV)在2018年第一季訂戶數總和(含重疊人數)達到1,540萬人，首次超過付費電視訂戶數1,510萬；同時2017年也是英國付費電視營收長期以來首次衰退，下滑2.7%至64億英鎊，其中電視廣告營收下滑7%；而網路影音營收則成長28%，達到23億英鎊。
- 英國觀眾收看影音的習慣和偏好也明顯向網路轉移，2017年英國人每天在各種裝置上收看影音內容的時數約5小時，傳統電視和線上影音的佔比分別是71%和29%，傳統電視觀看時數下滑4.2%；在16-34歲年輕人之中，平均一天收看4小時48分鐘的影音，其中過半時間(54%)收看非傳統電視的內容，僅在YouTube上就花費近1小時。

英國電視台案例：強化內容、調整獲利模式



- 面對付費用戶和廣告營收下滑，英國公共廣電服務(PSB)業者積極展開變革。利用強大內容推動自家網路平台是英國電視台面臨OTT挑戰的主要策略，而強化內容的手段包含自製和購劇；以Channel 4為例，2017年買下90年代青少年影集「戀愛時代」(Dawson's Creek)完整的六季，並在其網路影音平台All 4上線。

- 商業電視台ITV也強調內容的重要性，2019年將推出ITV的訂閱隨選服務(SVOD)，針對英國市場做出差異化，由ITV主導，和其他平台合作，製作源自英國在地的內容。

- 另一個ITV的重要策略則是逐漸調整營收佔比，透過版權出售、內容製作來減少電視台對廣告營收的依賴。2016年ITV首次來自非廣告的營收(19億英鎊)超過了廣告營收(17億英鎊)，這主要是因為ITV studio在內容製作上的成功，2017年ITV總營收36.6億英鎊中43%來自ITV studio，例如Channel 4的「與我共進晚餐」(Come Dine wit Me)和BBC One即2018年將推出的影集「世界大戰」(The War Of The Worlds)都是由ITV studio製作。



英國電視台案例：網台連動，結盟OTT業者

- 有鑑於Netflix和Amazon一次釋出整季劇集的作法受到觀眾歡迎，BBC在2017年也採用類似策略，像是影集「謎湖之巔」(Top of the Lake: China Girl)和紀錄片「文明」(Civilisations)先在電視上播出第一集，隨後一次將整季上架自家網路平台BBC iPlayer。



- 此外，BBC也透過和串流影音業者合作，為電視頻道和網路平台帶來更多觀眾。犯罪影集「浴血黑幫」(Peaky Blinders)在電視上播出第四季時，觀眾可以在Netflix上觀看一、二季，前三季也暫時上架BBC iPlayer。「浴血黑幫」在BBC iPlayer上的訪問數當月瞬間衝高到3億2,700萬次，同比成長17%，同時這部劇也在隔年Q1登上Netflix熱門影片榜第五名。



- 商業電視台Sky同樣結盟Netflix，2018年將Netflix的內容放上隨選影音平台Sky Q，並推出[合併兩平台服務的訂閱組合](#)。對兩間公司來說，這次結盟最大的好處是擴大會員數，Sky也希望透過平台上更豐富的內容吸引低資費或免費用戶轉向高資費方案；對Netflix來說，和電視台合作能為平台帶來穩定的營收，電視付費用戶相對OTT用戶綁約時間更長、也較不容易過了30天就取消服務。

數位匯流時代內容製作的挑戰與機會

- 從英國各大電視台的案例可以觀察到數位轉型的勢在必行，以及內容優質、多元的重要性，來勢洶洶的OTT是對手也是夥伴，兩者之間存在微妙的競合關係。數位轉型是為了提供符合現代觀眾偏好與需求的服務，擁有好內容則是他們留住用戶以及和新媒體業者談合作的根本。然而在數位匯流時代經營內容並不容易：
- **內容播送管道複雜**：消費者有各式各樣的方法(螢幕)觀看影音，對製作單位而言是巨大的挑戰。
- **觀眾分眾化**：更多非主流的分眾內容也有機會獲得觀眾的青睞。
- **市場全球化**：過去內容主要以吸引本地觀眾為主，現在內容製作方要思考不同市場的需求與反應。
- **內容來源廣**：網路使用者原創內容(UGC，一般網友的內容)與專業生產內容(PGC，如網紅製作的內容)產製愈來愈容易，品質也愈來愈好，職業內容製作方(OGC)受到威脅。
- **互動性**：多向、互動的傳播方式帶來更多可能，節目進行中可以透過互動電視或社群和觀眾即時互動，根據觀眾的回應調整節目，甚至大膽讓觀眾決定節目走向。
- **內容投資風險更高**：節目可能隨時叫停，製作方需獨自承擔前期投入資金與失敗的風險；規模龐大的企業擁有更多資源來嘗試並吸收損失，但大型組織的性質也讓他們更傾向規避風險，可能成為小型製作方的機會。



結語

- 電視將會是媒體產業數位滙流最後也是最重要的一塊，愈年輕的族群對於電視的未來概念將傾向更個人化，他們會希望內容是能便於攜帶的，設備是不受限制的。他們希望看到的內容或廣告都是他們自身感興趣的，他們可以在看到喜歡的內容節目或廣告時，就能與之互動。
- 管顧公司OC&C的[報告](#)指出，超過20%的35歲以下觀眾使用超過七種服務來跟上他們最喜愛的節目，40%的人表示他們對可用的選項感到困惑；現在市場上的服務雖然讓觀眾有更高的掌控權，但也可能成為困擾。未來將看到愈來愈多電視、娛樂產業間的併購，能夠整合愈多家服務與內容的平台，將取得較大的優勢。
 - 回頭看台灣的電視產業，由於台灣本身的人口數量不足，產業規模與生態發展受限，且台灣網路普及度高，觀眾收視行為高度碎片化；未來分級付費實施，或將導致收視戶減少，廣告主預算也會湧向熱門頻道，影響一般頻道的營收與生存。在影視內容上，雖然低成本的娛樂節目與外來劇比例過高，但台灣傳統電視台擁有多年的經營優勢，尤其是製作內容的能力與設備，近年如「通靈少女」、「擺渡身」、「植劇場」系列、「1006的房客」等內容廣受跨國業者與OTT新媒體青睞；不管是版權出售、合作製播、網台聯動，都是台灣電視台未來可以把握的機會。



IMC活動快訊

Upcoming Events



Standard Chartered
Taipei Marathon
渣打臺北馬拉松 2019



2019 渣打臺北公益馬拉松

- **賽事日期**：2019年1月13日(日)(賽事日期及路段以臺北市政府公告為準)
- **賽事路程**：總統府前起跑，經中正紀念堂及中山北路，終點在大佳河濱公園
- **賽事組別**：全馬42.195KM/半馬21.0975KM/挑戰賽13KM/親子趣味跑3KM/休閒組3KM
- **報名日期**：
 - 早鳥報名(限額 9,900 名)：2018 年 10 月 22 日 16:00 開放報名 ~ 10 月 26 日 16:00 報名截止
 - 一般報名：2018 年 10 月 27 日 16:00 開放報名 ~ 11 月 30 日 16:00 報名截止
- **簡介**：2013年開始，渣打銀行在臺灣冠名贊助第一場路跑賽事。由於跑者反應熱烈，於2014年引進渣打在全球贊助馬拉松的公益行動，贊助第一屆「臺北渣打公益馬拉松」，賽事將於2019邁入第六屆。渣打馬拉松是全台報名人數最多的馬拉松-29,500名跑者報名參加，同時也是全台組別最完整的馬拉松，合適全家大小一起參與的賽事。
- 首度結盟渣打全球七大馬拉松市場，提供跑者不一樣的挑戰經驗，並積極促成臺灣首位大滿貫跑者，提供跑者不一樣的馬拉松經驗。



新節目介紹

New TV Shows



頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/17 播出頻道：緯來綜合台 播出時間：20:00(一~五)

我不是精英：青梅竹馬的米陽和韋晶相愛卻遭雙方母親反對，米陽是優秀刑警，韋晶則是外賣小妹，職業落差被雙方父母嫌棄門不當戶不對。陰錯陽差，他從刑警降職草根民警，她竟成功進入頂尖外企任職，讓他們的愛情充滿考驗。他們面對生活的坎坷、家人的質疑、工作的挑戰，開始思考什麼才叫做「精英」的定義？！



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/17 播出頻道：八大戲劇台 播出時間：22:00(一~五)

秘密森林：講述大腦失去調節情感的檢察官黃始木(曹承佑 飾)與正義的警察韓如珍(裴斗娜 飾)一同揭開檢查廳內部秘密，捕捉真正罪犯的故事。



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/17 播出頻道：衛視中文台 播出時間：20:00(一~五)

琅琊榜：12年前，大梁皇長子祁王賢名滿天下，招致梁帝忌憚。時值大元帥林燮攜獨子林殊率赤焰軍七萬將士出征禦敵。謝玉用計斷赤焰軍後路，同時一把大火焚燒北谷，以致剛剛經歷浴血奮戰、殲滅20萬大渝精兵的赤焰將士冤死於梅嶺。歷經地獄烈焰歸來的林殊，因中火寒之毒，為解其毒導致容貌大變，他化名梅長蘇，在琅琊閣的幫助下執掌江左盟...

頻道新節目介紹



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/18 播出頻道：台視 播出時間：22:00(二~四)

大力女都奉順：出生在道峰區道峰洞的都奉順(朴寶英 飾)，有個不為人知的家族秘密，自古都家女子就代代相傳的神力，從小奉順極力隱藏自己的與眾不同，直到某天都奉洞出現了變態綁架犯，她開始有了不一樣的想法。找工作一直不順的奉順，因路見不平而讓遊戲公司CEO安敏赫(朴炯植 飾)發現她有怪力的事實，聘請奉順擔任貼身保鏢，朝夕相處下，敏赫逐漸被奉順吸引...



類型：綜藝 上檔日期：2018/10/20 播出頻道：華視 播出時間：11:00(六)

前進高齡：製作與銀髮族息息相關的議題，為長者帶來新觀念，也讓照顧的後輩重新認識與正視高齡議題。你將在節目中看到黃越綏以犀利的觀點，挖掘老年人最怕面對的挑戰，探討三代同堂是好福氣？還是好生氣？白首偕老是真幸福還是真怨偶？以及優雅的酷老時尚、做好退休的生涯規劃、老年的感情世界與紅粉知己...等精彩節目內容。



類型：綜合 上檔日期：2018/10/20 播出頻道：BBC World News 播出時間：23:10(六)

非洲與英國：被遺忘的歷史：黑人在英國的歷史，往往被縮短成近代黑人來到英國定居的故事。但實際上，英國開始有黑人相關記載，最早可以回溯到羅馬時代。著名歷史學家David Olusoga，將透過這部系列紀錄片重新檢視英國歷史，並前往美國、牙買加、南非、迦納等地，揭開被遺忘的藝術寶庫與歷史文物，挑戰人們對英國史的成見。

頻道新節目介紹



類型：真人秀 上檔日期：2018/10/21 播出頻道：Star World 播出時間：20:00(日)

傑出任務：台菜台北：Jason Wang王凱傑要挑戰的任務就是，尋訪台北最道地的台菜餐廳並試吃後，用王凱傑獨有的品味和創意再現台菜，一但被美食評審以及餐廳老闆認可，這道創新台菜將會留在餐廳中，讓所有台灣人或是來台遊客，都有機會能親自品嚐到王凱傑的精心料理元素。



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/23 播出頻道：愛爾達影劇台 播出時間：22:30(一~五)

美女孔心：孔心(方珉雅飾)既不美麗又不聰明，在家總是比不上姐姐，生活的壓力多到讓她頭上有了圓形禿，只好一直戴著俗氣的假髮過日子，甚至還離家獨自住在小閣樓。後來遇上一位奇怪的男子安端泰(南宮珉飾)欲承租孔心的閣樓，兩人成為冤家的關係...



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/24 播出頻道：東森戲劇台 播出時間：22:00(一~五)

重逢的世界：劇情描述19歲的成海誠(呂珍九飾)遭遇了一場意外而身亡，12年後又以19歲的面貌，出現在青梅竹馬31歲的鄭靜媛(李沅熹飾)面前，身上具有了神奇的能力，由此引發的奇幻愛情故事。

頻道新節目介紹



類型：綜合 上檔日期：2018/10/25 播出頻道：BBC Earth 播出時間：21:00(四)

飲食瘦身的秘密：每到新年，你就會吃下超量的美食佳餚，而瘦身飲食法有千百種，太多訊息真假難辨，到底該怎麼吃、怎麼做才能降低體重？本節目找來一流科學家、醫師與營養師，檢視不同飲食法的成效與侷限，打破飲食迷思並找出瘦身成功的秘訣。



類型：體育 上檔日期：2018/10/25-10/28 播出頻道：愛爾達體育3台 播出時間：20:30(四)

BWF法國公開賽：台灣好手持續征戰世界版圖，下一站來到法國，戴資穎、周天成將出席此項超級750賽等級賽事，愛爾達將於10月25日16強賽起，為您送上這場速度與激情的羽球盛事。



類型：戲劇 上檔日期：2018/10/27 播出頻道：緯來日本台 播出時間：23:00(六)

下町火箭：佃航平(阿部寬飾演)原本是宇宙科學開發機構的研究員，負責研發火箭引擎。後來因為火箭發射失敗，航平便扛下責任，辭職回老家繼承父親的小工廠「佃製作所」，展開第二個人生。從製造太空火箭零件，到新型醫療器材，他不斷持續挑戰，與員工克服重重難關。

電視觀察窗

TV Outlook



無線電視TOP20節目排行-1

4歲以上				4-14歲			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	大時代天羅捕蚊機	民視	5.60	1	大時代天羅捕蚊機	民視	2.91
2	綜藝大集合福爾額溫機	民視	4.28	2	新名偵探柯南	華視	2.55
3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.12	3	OPPO R15飢餓遊戲	中視	2.49
4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.02	4	綜藝大集合福爾額溫機	民視	2.35
5	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.85	5	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.26
6	航海王24	台視	1.70	6	1800烏龍派出所	華視	2.14
7	台視晚間新聞	台視	1.56	7	航海王24	台視	2.10
8	愛妮雅舞力全開	民視	1.39	8	新哆啦A夢	華視	1.98
9	中視新聞全球報導	中視	1.31	9	蠟筆小新	台視	1.92
10	綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣	民視	1.26	10	1830蠟筆小新	台視	1.89
11	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.22	11	烏龍派出所	華視	1.84
12	綜藝3國智	台視	1.20	12	1800新名偵探柯南	華視	1.69
13	大陸尋奇	中視	1.16	13	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	1.50
14	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.12	14	1800航海王24	台視	1.48
15	1830蠟筆小新	台視	1.10	15	綜藝3國智	台視	1.42
16	現代嘉慶君	華視	1.07	16	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.39
17	1300大時代天羅捕蚊機	民視	1.02	17	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.29
18	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.02	18	神偷怪盜	華視	1.25
19	天才衝衝衝	華視	1.00	19	1800蠟筆小新	台視	1.17
20	雅聞倍優聲林之王	台視	0.96	20	台視晚間新聞	台視	1.10
平均			1.75	平均			1.84

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/10/08-2018/10/14



無線電視TOP20節目排行-2

15-24歲				25歲以上			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	大時代天羅捕蚊機	民視	2.12	1	大時代天羅捕蚊機	民視	6.54
2	1830蠟筆小新	台視	2.08	2	綜藝大集合福爾額溫機	民視	5.02
3	航海王24	台視	1.98	3	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.81
4	雅聞倍優聲林之王	台視	1.63	4	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.11
5	台視晚間新聞	台視	1.57	5	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.87
6	綜藝大集合福爾額溫機	民視	1.40	6	愛妮雅舞力全開	民視	1.66
7	OPPO R15綜藝玩很大	中視	1.32	7	台視晚間新聞	台視	1.61
8	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.23	8	航海王24	台視	1.60
9	大誠保險經紀人愛的314159	台視	0.96	9	中視新聞全球報導	中視	1.48
10	綜藝3國智	台視	0.90	10	大陸尋奇	中視	1.40
11	大誠保險經紀人女兵日記	台視	0.81	11	綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣	民視	1.39
12	1800航海王24	台視	0.79	12	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.28
13	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	0.78	13	1300大時代天羅捕蚊機	民視	1.27
14	烏龍派出所	華視	0.69	14	現代嘉慶君	華視	1.23
15	蠟筆小新	台視	0.68	15	綜藝3國智	台視	1.22
16	新哆啦A夢	華視	0.67	16	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.21
17	現代嘉慶君	華視	0.67	17	萬秀豬王尚讚	中視	1.15
18	大誠保險經紀人愛的兀兀	台視	0.65	18	天才衝衝衝	華視	1.14
19	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.65	19	民視七點晚間新聞	民視	1.08
20	1800蠟筆小新	台視	0.64	20	過關舒緩霜黃金年代	華視	1.03
平均			1.11	平均			1.96

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/10/08-2018/10/14



有線電視TOP20節目排行-1

4歲以上				4-14歲			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	2.96	1	1900哆啦A夢大雄南極冒險	MOMO	2.28
2	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.85	2	蠟筆小新B級美食大逃亡	YOYO	2.00
3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.77	3	戰鬥陀螺爆烈世代超Z	YOYO	1.98
4	新聞深喉嚨之世代衝撞ing	中天新聞台	1.75	4	1100蠟筆小新B級美食大逃	YOYO	1.94
5	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.61	5	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.93
6	女兵日記全植媽媽	TVBS歡樂台	1.55	6	2000哆啦A夢大雄日本誕生	MOMO	1.78
7	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.50	7	0945神奇寶貝電影光輪的超	MOMO	1.76
8	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.44	8	我們這一家	YOYO	1.67
9	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.27	9	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	1.66
10	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.24	10	櫻桃小丸子	YOYO	1.65
11	歡樂智多星	衛視中文	1.12	11	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	1.64
12	民視晚間新聞	民視新聞	1.04	12	新我們這一家	YOYO	1.61
13	在台灣的故事	三立台灣	1.00	13	馬達加斯加爆走企鵝	YOYO	1.61
14	晚間8點新聞	TVBS新聞台	0.95	14	1145春日部野生王國	YOYO	1.59
15	2215雨夜花	三立台灣	0.93	15	可愛巧虎島	YOYO	1.55
16	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	0.93	16	Peppa Pig	YOYO	1.54
17	繽紛焰火秀	三立新聞	0.90	17	1945海底小縱隊	YOYO	1.53
18	1900親家	三立台灣	0.89	18	0830衝鋒戰士Hello CARBOT	YOYO	1.48
19	台灣大頭條	三立新聞	0.88	19	1730熊熊遇見你	卡通頻道	1.48
20	2018YILAN藝氣風發臺灣共	三立新聞	0.88	20	2130我們這一家宅急便	YOYO	1.46
平均			1.42	平均			1.71

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/10/08-2018/10/14



有線電視TOP20節目排行-2

15-24歲				25歲以上			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	1.70	1	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	3.42
2	新聞深喉嚨之世代衝撞ing	中天新聞台	1.26	2	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	3.35
3	1830烏龍派出所	衛視中文	1.24	3	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	3.33
4	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.15	4	新聞深喉嚨之世代衝撞ing	中天新聞台	1.99
5	1800烏龍派出所	衛視中文	1.12	5	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.92
6	歡樂智多星	衛視中文	1.03	6	女兵日記全植媽媽	TVBS歡樂台	1.78
7	2215雨夜花	三立台灣	1.00	7	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.73
8	航海王	衛視中文	0.96	8	新聞深喉嚨	中天新聞台	1.51
9	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	0.81	9	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.50
10	1900歡樂智多星	衛視中文	0.80	10	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	1.44
11	青春好7淘	三立台灣	0.77	11	民視晚間新聞	民視新聞	1.28
12	烏龍派出所	衛視中文	0.73	12	歡樂智多星	衛視中文	1.19
13	晚間6 7點新聞	TVBS新聞台	0.72	13	草地狀元瓏豐水產海鮮直播	三立台灣	1.12
14	1730烏龍派出所	衛視中文	0.68	14	晚間8點新聞	TVBS新聞台	1.11
15	花甲大人轉男孩	衛視電影	0.68	15	在台灣的故事	三立台灣	1.11
16	在台灣的故事	三立台灣	0.67	16	繽紛焰火秀	三立新聞	1.07
17	女兵日記全植媽媽	TVBS歡樂台	0.65	17	1900親家	三立台灣	1.06
18	1200綜藝玩很大中華電信大	三立都會	0.62	18	台灣大頭條	三立新聞	1.04
19	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	0.62	19	2018YILAN藝氣風發臺灣共	三立新聞	1.02
20	型男大主廚OB嚴選	三立都會	0.59	20	台灣大搜索	中天新聞台	1.02
平均			0.89	平均			1.65

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/10/08-2018/10/14



無線+有線 戲劇類及綜藝類TOP20節目排行

戲劇類型節目(4歲以上)				綜藝類型節目(4歲以上)			
排名	節目名稱	頻道	平均收視	排名	節目名稱	頻道	平均收視
1	大時代天羅捕蚊機	民視	5.60	1	綜藝大集合福爾額溫機	民視	4.28
2	金家好媳婦美麗樂	三立台灣	2.96	2	台灣那麼旺Taiwan NO1福爾	民視	3.12
3	戲說台灣聿健蝦紅素	三立台灣	1.61	3	超級紅人榜CUCKOO福庫電子	三立台灣	2.85
4	女兵日記全植媽媽	TVBS歡樂台	1.55	4	愛妮雅超級夜總會	三立台灣	2.77
5	戲說台灣假日完整版聿健蝦	三立台灣	1.44	5	OPPO R15綜藝玩很大	中視	2.02
6	實習醫師鬥格Footer除臭襪	民視	1.22	6	OPPO R15飢餓遊戲	中視	1.85
7	大誠保險經紀人女兵日記	台視	1.12	7	綜藝玩很大中華電信大4G	三立都會	1.50
8	1300大時代天羅捕蚊機	民視	1.02	8	愛妮雅舞力全開	民視	1.39
9	大誠保險經紀人愛的314159	台視	1.02	9	綜藝新時代WEIDER檸檬酸鈣	民視	1.26
10	2215兩夜花	三立台灣	0.93	10	綜藝3國智	台視	1.20
11	1900親家	三立台灣	0.89	11	歡樂智多星	衛視中文	1.12
12	1930實習醫師鬥格Footer除	民視	0.87	12	現代嘉慶君	華視	1.07
13	1230金家好媳婦美麗樂	三立台灣	0.79	13	天才衝衝衝	華視	1.00
14	2000大誠保險經紀人女兵日	台視	0.77	14	雅聞倍優聲林之王	台視	0.96
15	雙城故事娘家蔓越莓聖潔莓	民視	0.74	15	萬秀豬王尚讚	中視	0.95
16	2000燦爛的守護神鬼怪	衛視中文	0.73	16	1900歡樂智多星	衛視中文	0.88
17	2100女兵日記全植媽媽	TVBS歡樂台	0.68	17	過關舒緩霜黃金年代	華視	0.86
18	新上海灘	MUCH	0.61	18	2000綜藝玩很大安可場	三立都會	0.81
19	1700牽手	三立台灣	0.59	19	2200超級紅人榜CUCKOO福庫	三立台灣	0.80
20	對我說謊試試	GTV戲劇台	0.59	20	綜藝非常讚精華版	華視	0.80
平均			1.29	平均			1.57

※資料來源：Nielsen TAM (Television Audience Measurement)

※統計期間：2018/10/08-2018/10/14



問題與建議

如果您對媒體有任何問題，或是對於【凱絡媒體週報】有任何建議，都歡迎您來函不吝批評指教。我們將由媒體專業人員針對您的問題，提出詳盡的回答。

來函請寄：carat.weekly@carat.com

電話：(02) 89792781 編輯小組



粉絲團



部落格

與您分享更多國際媒體行銷新資訊